

Das „First to file“-Prinzip: Wer zuerst anmeldet, dem gehört die Marke

In China erhält das Markenrecht nicht, wer die Marke seit Langem benutzt, sondern wessen Anmeldung als erste beim Amt eingeht. Weder Bekanntheit noch jahrelange Verkäufe verschaffen für sich genommen einen Vorteil — deshalb muss man dem Wettbewerb zuvorkommen.

Priorität: 6 Monate

die Pariser Verbandsübereinkunft gewährt eine Unionspriorität: Nach der Anmeldung im Heimatland können Sie binnen eines halben Jahres bei der CNIPA beantragen, die Priorität ab dem ersten Anmeldetag anzuerkennen — und Ihren chinesischen Zeitrang damit zurückdatieren.

Was dem Inhaber einer nicht eingetragenen Marke droht

- ⚠ Eine Charge mit dem „nun fremden“ Logo bleibt bei der Ausfuhr im Zoll hängen
- ⚠ Der neue Rechtsinhaber zieht den Vertrieb der Ware innerhalb Chinas an sich
- ⚠ Derselbe Inhaber kann Exportwege in andere Länder blockieren
- ⚠ Auf dem Heimatmarkt können Fälschungen unter Ihrem eigenen Namen auftauchen

Wann die Anmeldung zwingend ist — schieben Sie nicht auf, wenn auch nur einer der Punkte zutrifft:

- ✓ Produktion in China aufgebaut
- ✓ Verkauf unter eigener Marke auf dem chinesischen oder auf Auslandsmärkten
- ✓ China ist auch nur als verlängerte Werkbank eingebunden

Faustregel

Melden Sie an, bevor die Lieferungen starten — nicht erst nach dem ersten Konflikt.

Welche Zeichen eintragungsfähig sind

Entscheidendes Kriterium ist die Unterscheidungskraft: Die Marke muss Ihr Produkt von den Nachbarn im Regal abheben. Düfte und Gerüche sind in China nicht schutzfähig.

Arten

- ✓ Wortmarke (Name, Slogan, Buchstaben und Zahlen)
- ✓ Bildmarke (Logo, Symbol, Grafik)
- ✓ Wort-Bild-Marke (Text in Verbindung mit Grafik)
- ✓ Dreidimensionale Marke (Form des Produkts oder der Verpackung)
- ✓ Hörmarke (Melodie oder Audiosignal)

Die Falle für Ausländer: der chinesische Markenname

Der Schutz der lateinischen Fassung erstreckt sich nicht auf ihr Pendant in Schriftzeichen: Die „chinesische“ Version kann sich ein Dritter greifen. Der Name wird auf drei Wegen adaptiert: nach der Bedeutung — Apple → 苹果 („Apfel“) · nach dem Klang — McDonald's → 麦当劳, Audi → 奥迪 · beides zugleich — Coca-Cola → 可口可乐 („kosten und sich freuen“). New Balance verlor im Streit um die Fassung 新百伦 eine Millionenzahlung. Klüger ist es, den chinesischen Namen selbst zu entwickeln und zu sichern.

Klassen und Unterklassen der Nizzaer Klassifikation

Grundlage ist die Nizzaer Klassifikation, allerdings mit chinesischer Besonderheit: Die Klassen zerfallen in Unterklassen. In der Anmeldung werden Klasse, Unterklasse und der exakte Wortlaut der Position angegeben.

Beispiel

eine Kette kleiner Hotels mit Frühstück: Klasse 43 „Verpflegung und Beherbergung“ → passende Unterklasse → Position „Bereitstellung von Unterkünften“.

Achtung

Ein nachlässiges Verzeichnis ist der teuerste Fehler überhaupt. Ohne die richtige Unterklasse bleibt eine ähnliche Dienstleistung ungeschützt. Stimmen Sie die Unterklassen vorab mit einem Anwalt ab.

Drei Schritte: von der Recherche bis zur Urkunde



Schritt 1 · Recherche in der CNIPA-Datenbank

Die Registerrecherche siebt identische und ähnliche Marken aus. Tauchen Hindernisse auf, wird das Zeichen nachgeschärft. Dauert einige Arbeitstage, schont dafür Budget und Zeit.



Schritt 2 · Vorbereitung und Einreichung

Die Unterlagen werden auf Chinesisch eingereicht: Antrag, scharfe Wiedergabe der Marke, Waren- und Dienstleistungsverzeichnis mit Unterklassen, Unterlagen des Anmelders samt Übersetzung, Vollmacht.



Schritt 3 · Prüfung und Urkunde

Formal- und Sachprüfung → Veröffentlichung im Markenblatt und 3 Monate Widerspruchsfrist. Bleibt sie ungenutzt, wird eine elektronische Urkunde über 10 Jahre erteilt.

Zwei Wege der Eintragung:

National

Über: Direkt bei der CNIPA

Start: Es genügt die Absicht, sich die Marke zu sichern

Unterklassen: flexibel — das Verzeichnis wird auf die lokalen Regeln zugeschnitten

Vorteilhaft, wenn: das Ziel auf den chinesischen Markt begrenzt ist

Madrid

Über: die WIPO

Start: erforderlich ist eine eingereichte Anmeldung oder eine Heimateintragung

Unterklassen: enger — sie folgen der Basisanmeldung

Vorteilhaft, wenn: mehrere Märkte gleichzeitig erschlossen werden

Ein Anmelder ohne Sitz in China führt das Verfahren in beiden Varianten über einen zugelassenen Patent- bzw. Markenanwalt.

Was es kostet, wie lange es dauert und was danach kommt

Position	Wert
Amtsgebühr für die Anmeldung	ab ca. 180–300 USD / Klasse
Zusätzliche Positionen	Aufschlag je weiterer Position
Anwaltliche Begleitung	ab ca. 500 USD
Dauer (Standard)	12–18 Monate
Beschleunigtes Verfahren	6–9 Monate + Zuschlag
Schutzdauer	10 Jahre, verlängerbar

Nach der Eintragung — die Verteidigung

- ✓ Tragen Sie die Marke in das chinesische Zollregister ein — der Zoll hält Fälschungen zurück, auch bei der Ausfuhr
- ✓ Benutzen Sie das Zeichen tatsächlich: 3 Jahre Stillstand in Folge öffnen den Weg zur Löschung wegen Nichtbenutzung
- ✓ Die Reform von 2019 hat die Gründe zur Anfechtung „entführter“ Marken erweitert

Taiwan, Macau, Hongkong

Der Schutz auf dem chinesischen Festland reicht nicht in diese Gebiete hinein: Jedes führt sein eigenes Register. In jeder Jurisdiktion wird eine eigenständige Anmeldung eingereicht.

Die Zahlen sind Orientierungswerte

aus offenen Quellen, keine amtliche Preisliste. Die Gebühr hängt am Waren- und Dienstleistungsverzeichnis — holen Sie daher vor der Einreichung eine aktuelle Kalkulation beim Anwalt ein.

CONTACTS

VITA LIBERTA LIMITED

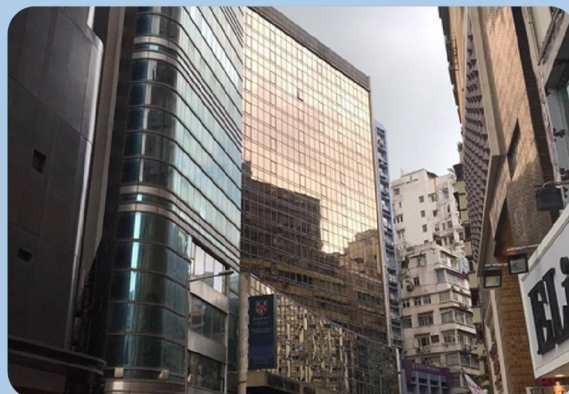
www.vitaliberta.hk

Office room 68, 7/F, Woon Lee Commercial Building, 7 Austin Ave, Tsim Sha Tsui, Kowloon, Hong Kong

+852 6841 6177



legal@vitaliberta.com



Hangzhou office (China):

Room 815, Building 3, Zhonghao Wangjiang International, No. 332 Wangjiang East Road, Shangcheng District, Hangzhou City

Direct line:

+86 130 7361 7169